

Die VOLKSBANKEN 2009

**Partnerschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit –
das Geschäftsmodell der regionalen Volksbanken bewährt sich**

**Gemeinsame Jahrespressekonferenz
mit der Österreichische Volksbanken-AG**

Österreichischer Genossenschaftsverband
(Schulze-Delitzsch)

Wien, am 21. April 2010

DIE VOLKSBANKEN 2009

Partnerschaft, Regionalität und Nachhaltigkeit – das Geschäftsmodell der regionalen Volksbanken bewährt sich in der Finanzkrise

Wien, 21. April 2010 - „Wir Volksbanken falten den Schirm nicht zusammen, wenn es regnet. Kaum eine andere Bank hat 2009 ihre Kredite an Unternehmen so ausgeweitet, wie die Volksbank. Damit haben wir eindrucksvoll bewiesen, dass wir in guten wie in schlechten Zeiten Partner unserer Kunden sind und gemeinsam mit ihnen den Weg des Erfolgs gehen“, stellte DDr. Hans Hofinger, Chef des Volksbanken-Verbandes ÖGV anlässlich der Jahrespressekonferenz fest.

Nummer 1 bei der Kundenzufriedenheit und bei der Weiterempfehlung

„Die Genossenschaftsbanken zeichnen sich durch besondere Nähe zum Kunden aus“, so die EACB-Studie von Oliver Wyman Consulting. „Sie sind leichter zugänglich und können mehr Zeit für den einzelnen Kunden aufwenden. Genossenschaftsbanken sind der ‚Kunden-Champion‘ unter den europäischen Banken.“ Die österreichischen Volksbanken sind dafür geradezu ein Musterbeispiel:

Das strategische Ziel wurde erreicht: Trotz des allgemeinen Vertrauensverlustes in Banken (und andere gesellschaftspolitisch relevante Institutionen) ist es den Volksbanken gelungen, ihre Nummer 1-Position in der Kundenzufriedenheit laut GfK-Messung mit 426 Punkten (von 600 möglichen) auf hohem Niveau zu festigen und den Abstand zum nächstbesten Mitbewerber weiter auszubauen. Seit 1997 stehen die Volksbanken fast durchgehend am Siebertreppchen.

In fünf von sechs verschiedenen Zufriedenheitsbereichen -

"Mitarbeiter kommt auf mich zu",
"Konditionen",
"willkommener Kunde",
"Beratungskompetenz" und "reibunglose Abwicklung" –

erhielt die Volksbank von ihren Kunden den jeweils besten Wert aller Banken.

O-Ton GfK-Austria: „ Die Volksbank kann sich dem allgemeinen Abwärtstrend nahezu entziehen und hat 2009 nur einen marginalen, nicht signifikanten Rückgang von -1 zu verzeichnen – nach kontinuierlichen Zugewinnen zwischen 9 und 14 Prozentpunkten seit dem Jahr 2006. Damit setzt sie sich deutlich von den Mitbewerbern ab und festigt ihre Spitzenposition“.

Das **Image** laut GfK-Austria ist 2009 bei den eigenen Kunden auf einen **neuen Höchstwert** von 849 Punkte geklettert. Bei den eigenen Kunden und Hauptkunden erzielten die Volksbanken im Vorjahr sogar den **höchsten Anstieg der Image-Summenwerte von allen Geldinstituten**.

Erstmals werden die Volksbanken von Kunden und Hauptkunden im Vergleich zu den Mitbewerbern **in den meisten Imagefacetten überdurchschnittlich gut bewertet.**

Aller guten Dinge sind drei: Zum **dritten Mal in Folge** konnte der Recommender Award des **Finanzmarketingverbandes** für die **Bank mit der höchsten Weiterempfehlungsquote** errungen werden. Das genossenschaftliche Modell der Regionalität, Kundenpartnerschaft und der lokalen finanziellen Nahversorgung in Verbindung mit kompetenten Mitarbeitern hat sich also in diesen turbulenten Zeiten bewährt und als krisensicher herausgestellt.

Mitentscheidend für diese Erfolge ist die Kompetenz und Freundlichkeit der Mitarbeiter. Die Volksbanken sind **um 72 Mitarbeiter gewachsen**, das ist ein **Plus von 1,4 %**, während sich die Branche um 2,7 % oder 1.848 Personen verringert hat. Hofinger dazu : „Die regionalen Volksbanken haben damit wieder bewiesen, dass sie zu Recht als **sicherer regionaler Arbeitgeber gelten können.**“

Kennziffern der Primärstufe

Die **63** rechtlich selbstständigen **Volksbanken** stehen im Eigentum von mehr als einer halben Million Österreicherinnen und Österreicher. Gemeinsam mit der Bausparkasse ABV weist die Gruppe **670.000 Mitglieder** auf. Die Volksbanken haben ein dichtes Netz von **544 Geschäftsstellen**.

Die (durchschnittliche) **Bilanzsumme** ist um **8,5 Prozent von 26,8 Mrd auf 29,0 Mrd** gewachsen. Die Branche hatte dagegen nur ein Wachstum von 3,7 % zu verzeichnen.

Hofinger zum **Kreditwachstum** der Volksbanken:“Lassen Sie mich eines ganz klar feststellen: Bei den Volksbanken gibt es **keine Kreditklemme – weder bei Unternehmern noch bei Privaten!** Ganz im Gegenteil, wir hatten kräftige Zuwächse“.

Die **Unternehmerkredite** konnten **um 7,7 % von €5.34 Mrd auf €5.75 Mrd.** gesteigert werden, während die Branche bei minus 2,6 % zu liegen kommt – das zeigt die besondere Verantwortung für die österreichische Wirtschaft, derer sich die Volksbanken als regionale Nahversorger bewusst sind.

Die **Kredite an Privatpersonen** konnten **um 5,9 % (von 9,8 Mrd. auf 10,4 Mrd.)** gesteigert werden, während die Branche mit minus 0,1 % stagniert.

„Die emotionale Bedeutung der „eigenen vier Wände“ ist zeitlos. **„Bauen & Wohnen“** ist eine strategische Säule des Retail-Geschäftes und wurde durch die Kampagnen und TV-Spots mit den Superadlern beflügelt.

In der **Wohnraumfinanzierung** gehören die Volksbanken inzwischen zu den Top-Adressen. Dies spiegelt sich auch in den überdurchschnittlichen Zuwächsen wider: Ein kräftiges **Plus von 9,1 % (von 5,5 Mrd auf 6,0 Mrd)** gegenüber 2 Prozent der Branche.

Die Volksbanken gewinnen mit ihrem Wachstum Jahr um Jahr **Marktanteile – 2007 hatten sie einen Marktanteil von 5,9 %, jetzt stehen sie bei 6,6%**, das sind 70 Basispunkte Zuwachs. Hofinger: „Dieser Anstieg in einem anscheinend vergebene Marktsegment ist eine außerordentliche Leistung.“ Hofinger weiter: „Durch den Zusammenschluss unserer Bausparkasse ABV mit unserem Wohnbaufinanzierer Immo Bank AG im Rahmen des Projektes Regio werden wir im Marktsegment „Bauen und Wohnen“ noch stärker werden. Das kann ich Ihnen versprechen.“

Die **Primärmittel** konnten von **21,5 Mrd auf 21,8 Mrd oder um 1,5 %** gesteigert werden, während die Bankbranche ein Plus von 0,3 % aufwies.

Das Kunden-**Wertpapiergeschäft** ist um starke 9,1 % oder mehr als eine Dreiviertelmilliarde angestiegen – auf 9,5 Mrd nach 8,7 Mrd..

Branchenvergleichszahlen gibt es in diesem Geschäftszweig leider nicht.

Zusammenfassung Geschäft:

Gerade in Krisenzeiten hat sich das genossenschaftliche Geschäftsmodell der Volksbanken bestens bewährt.

- Volksbanken leben regionale Verantwortung:
Liquidität bleibt in der Region, Kredite werden in der Region vergeben, kurbeln das regionale Wirtschaftswachstum an, sichern Arbeitsplätze, beleben den Konsum
- Wieder Nummer 1 im Kundenvertrauen und bei der Weiterempfehlung
- das Geschäft läuft gut:
1,3 Milliarden Neuproduktion KMU-Finanzierung
1 Milliarde Neuproduktion Wohnraum-Finanzierung
Marktanteile dazugewonnen
Kunden-Wertpapiergeschäft um 9,1 % gesteigert
- die Marke Volksbank steht für Vertrauen und beflügelte Lösungen.

Ergebnisse 2009:

Es ist kein Geheimnis, dass das Jahr 2009 für die ÖVAG, an der die Volksbanken als Mehrheitseigentümer 58 % halten, eines der schwierigsten in ihrer Geschichte war.

Das **Betriebsergebnis** von **€273,2 Mio.** beträgt ausgezeichnete **0,94 %** der Bilanzsumme und liegt damit um ein Drittel über den Branchenwert von 0,64 %. Die Ertragskraft liegt damit trotz der Herausforderungen des Wirtschaftsjahres 2009 nahe am selbstgesteckten, nachhaltigen Zielwert von 1% der Bilanzsumme.

Der **Provisionsüberschuss** kann sich sehen lassen: Er ist **um 2,3 % von 189,9 Mio auf 194,2 Mio gewachsen**. Zum guten Provisionsertrag hat das bereits angeführte 9,1%ige Wachstum des Kunden-Wertpapiergeschäfts beigetragen, dessen Basis die guten ÖVAG-Wertpapierprodukte sind. Gemeinsam mit dem **Nettozinsertrag**, der, wenn auch leicht, **um 0,7 % von 531,9 Mio auf 535,8 Mio** gewachsen ist und einer sparsamen Gebarung, zeugen diese Werte von einer gesunden Ertragskraftstruktur.

Sowohl der **Sach- wie der Personalaufwand** konnten in Relation zur Bilanzsumme reduziert werden. Der **Sachaufwand** (€ 165,2 Mio nach 159,9 im Jahr 2008) wurde **von 0,60 % auf 0,57 % verkleinert**, der **Personalaufwand** (€ 323,7 Mio nach 310,0 im Jahr 2008) **sank von 1,16 % auf 1,12 %**.

Der Einmaleffekt der Abwertung der Beteiligung an der ÖVAG hat 2009 bei den Volksbanken zu einem **negativen EGT in Höhe von 71Mio EUR** geführt. Die Abwertung wurde mit 112 Mio aus den Reserven, mit 190 Mio aus dem Jahresertrag verkräftet. Trotz der realwirtschaftlichen Krise sind die Kreditrisikovorsorgen gegenüber dem Vorjahr gleichgeblieben.

Bei einer Dividendenschüttung der ÖVAG wäre das Betriebsergebnis beim nachhaltigen Zielwert von einem Prozent gelegen. Das zeigt, wie gesund die Volksbank-Primärstufe ist. Ein weiteres Kennzeichen der Gesundheit ist der trotz Abwertung der ÖVAG-Aktien positive **Jahresüberschuss vor Steuern** von € 6,3 Mio. (2008: € 77,4 Mio).

Hofinger: „ Trotz einer **Abwertung der ÖVAG** in unseren Büchern haben die Volksbanken noch immer eine **ausgezeichnete Eigenmittelquote von 14,1 % (2008: 14,2%) oder 2,35 Milliarden**. Damit haben wir eine fast doppelt so hohe Kapitalausstattung, als gesetzlich gefordert. „

Die Kernkapitalquote beträgt 11,7 % (2008: 11,8 %) oder 1,77 Milliarden und ist gegenüber dem Vorjahr – so wie die Eigenmittelquote -nahezu unverändert geblieben. Dies ist auf RWA-Optimierungen wie zB verbesserte Sicherheiten zurückzuführen.

Hofinger: „Die Volksbanken haben die ausgezeichnete Kapitalisierung halten können – das stellt die Stärke der Volksbank Primärstufe klar unter Beweis. Lassen Sie es mich so sagen: **Die regionalen Volksbanken können und wollen sich die ÖVAG leisten.**“

Hofinger weiter: „Wir haben als Mehrheitseigentümer Verantwortung gezeigt und übernommen. Mit dem **Modell Regio**, den Kauf von 4 Retailbanken der ÖVAG, haben wir unsere langfristige Strategie, alle Retailbanken in der Primärstufe zu vereinen, endgültig umsetzen können.“

Das Projekt Regio ist eine Bestätigung für die Lebendigkeit der genossenschaftlichen Idee, ein klares Zeichen, dass die Volksbanken zur Dezentralität stehen und Vorzeige-Beispiel für genossenschaftliche Selbsthilfe.

Die Transaktionen der Volksbank Wien, Immo-Bank und Ärztebank wurden noch Ende 2009 fixiert. Die Neustrukturierung der Volksbank Linz Mühlviertel erfolgt im Laufe des Jahres 2010 und beabsichtigt eine neue starke Regionalbank im Raum Linz-Wels..

Schließlich ist das **Projekt Regio** ein Baustein in der Neupositionierung der ÖVAG. Projekt Regio bedeutet **für die ÖVAG**

- eine deutliche Kapitalstärkung
- und eine Verbesserung ihrer Kernkapitalausstattung.

Für die Primärbanken bedeutet das Projekt Regio

- eine Wertsicherung ihrer ÖVAG-Beteiligung,
- Risikodiversifizierung ihrer ÖVAG-Beteiligung
- sowie die Beteiligung an gesunden Regionalbanken.

Projekt Regio ist ein klares Zeichen

- **der genossenschaftlichen Verbundenheit,**
- **ein klares Zeichen, dass sich die Eigentümer – wie von der EU-Kommission gefordert –**

wesentlich an der Neupositionierung beteiligen.

Hofinger abschließend zum Ergebnis der Volksbank-Primärstufe im Jahr 2009:

„Der positive Jahresüberschuss vor Steuern, die gute Ertragskraft in Höhe von 273 Mio. oder 0,94 % der Bilanzsumme und die Eigenmittelquote von 2,35 Mrd oder 14,1%., die fast doppelt so hoch liegt wie gesetzlich gefordert und die Kernkapitalquote von 1,77 Mrd. oder 11,7% zeigen, dass die ÖVAG-Abwertung ein einmaliger Effekt ist, der für die Volksbanken gut verkraftbar ist.

Das wird auch ganz klar durch die Ausweitung der Kredite an Private und Unternehmer unterstrichen, die 2009 von den Volksbanken wesentlich stärker als von der Gesamtbranche vergeben wurden, um damit vor allem die regionale Wirtschaft anzukurbeln.

Fitch hat das Langfrist-Rating des Volksbanken-Verbundes auch mit der Note „A“ bestätigt.“

Ziele 2010:

Das wichtigste Ziel bleibt dabei, ein **verlässlicher Partner der heimischen Wirtschaft** zu sein und diese Position auszubauen.

Bei den **Unternehmerkredit**en wollen die Volksbanken 2010, ähnlich wie 2009, **klar über dem Branchenschnitt** wachsen.

Das gilt auch für Kredite an Privatpersonen, insbesondere im Wohnbau. Bei den regionalen Volksbanken gab es **nie eine Kreditklemme**, das wird auch 2010 unter Beweis gestellt.

Mit ihren Beratungs- und Servicekonzepten wollen die Volksbanken Kunden und Mitglieder weiterhin **begeistern, binden und neue Kunden und Mitglieder dazugewinnen.**

Bei den KMU's wollen die Volksbanken zur **Nummer 3 am österreichischen Markt** werden.

Die Volksbanken streben auch 2010 ein **gesundes Wachstum bei den Primärmitteln** an.

Gemeinsam mit unserem Spitzeninstitut ÖVAG und unseren Verbundunternehmen wollen wir als **Allfinanzdienstleister** ein wesentlicher Stützpfeiler der österreichischen Wirtschaft sein.

Hofinger abschließend: „Ein klares Ziel 2010: Weiterhin die ganzheitliche Abdeckung der Kundenbedürfnisse forcieren und unsere Position der **Nummer 1 in der Kundenzufriedenheit und bei der Weiterempfehlung ausbauen**. Dabei sind wir gefordert, **neue genossenschaftliche Eigentümer** zu gewinnen, die auch in turbulenten Zeiten zu uns stehen und unsere genossenschaftliche Philosophie und Kultur teilen.“